

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BANK BTN SYARIAH
PEKANBARU (STUDI PADA NASABAH KPR)**

ABSTRAK

OLEH

ALFAN GUSTI RAMADHAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah KPR). Penelitian ini menggunakan metode survey deskriptif yaitu mengumpulkan, menyusun, mengintrepetasikan dan menganalisa data sehingga memberikan keterangan lengkap yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Teknik yang digunakan untuk sampel yaitu dengan insidental sampling dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh sampel yang berjumlah 40 orang. Jenis dan Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data didapatkan berasal dari nasabah jasa KPR pada Bank BTN terkait kualitas pelayanan. Data yang didapat diolah atau dianalisis secara deskriptif. Hasil hasil penelitian yang telah dianalisa pada Bank BTN ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari fisik, empati, cepat tanggap, kehandalan dan jaminan sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Bank BTN

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT BANK BTN SYARIAH
PEKANBARU (STUDY ON KPR CUSTOMERS)**

ABSTRACT

BY

ALFAN GUSTI RAMADHAN

This study aims to analyze the quality of service at Bank BTN Syariah Pekanbaru (Case Study on KPR Customers). This study uses a descriptive survey method, namely collecting, compiling, interpreting and analyzing data so as to provide complete information relating to the problems discussed. The technique used for the sample is by incidental sampling with criteria that have been determined by a sample of 40 people. Types and sources of data used are primary data and secondary data. The data analysis technique was obtained from customers of KPR services at Bank BTN related to service quality. The data obtained were processed or analyzed descriptively. The results of the research that have been analyzed at Bank BTN found that the quality of service consisting of physical, empathy, responsiveness, reliability and assurance has been going well.

Keyword: Service Quality, Bank BTN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LatarBelakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler,2001).

Kualitas pelayanan termasuk salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hanya saja, belum tentu kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, memperhatikan kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dimana, implikasinya akan berdampak positif bagi para pelaku usaha atau instansi usaha, yaitu adanya pembelian/penggunaan kembali suatu produk atau jasanya. Sebagaimana di katakan Tjiptino (200:101), bahwa “ salah satu atribut pembentuk kepuasan adanya minat berkunjung kembali yaitu merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang produk terkait”.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu unit usaha perbankan. Walaupun kualitas pelayanan belum tentu menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Namun disamping itu, tingkat kepuasan nasabah yang tinggi akan meningkatkan jumlah nasabah suatu Bank, atau meningkatkan nilai investasi atau modal yang di tanamkan nasabah pada suatu Bank. Tentunya hal tersebut berdampak positif bagi perkembangan bank.

Merasa puas atau tidaknya pelanggan adalah bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang di perolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tersebut, nilai tersebut akan memberikan dampak terhadap pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor bagi produk atau jasa yang dirasakannya (Margaretha,2004).

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai perubahan baik dalam sektor industry maupun ekonomi yang sangat fundamental guna menghadapi perdagangan bebas yang masuk baik itu dari negara-negara maju maupun negara berkembang. Maka seiring dengan perubahan ekonomi tersebut kemudian tumbuhlah berbagai macam kebutuhan dalam masyarakat, seperti Bank. Bank adalah lembaga intermediasi yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank memiliki peranan penting dalam perekonomian yang semakin berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat.

Bank BTN adalah badan usaha milik negara yang berbentuk persero terbatas dan bergerak di bidang jasa keuangan perbankan, Bank BTN mengembangkan bisnisnya pada tahun 1989 dengan memulai operasi sebagai Bank komersial. Bank BTN merupakan Bank yang pertamakali yang menyediakan fasilitas Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) di Indonesia, serta memiliki brand image di masyarakat sebagai Bank BUMN yang khusus melayani kredit pemilikan rumah (KPR). sebenarnya Bank BTN tidak hanya berkecimpung di kredit kepemilikan rumah saja, namun juga menerima simpan pinjam seperti halnya Bank lain.

Berbicara mengenai KPR, menurut UU Pasal 1 Angka 3 No. 4 Tahun 1992 tentang rumah dan pemukiman, rumah yg di bangun oleh penyelenggara pembangunan perumahan dapat di jual kepada konsumen dengan sistem pembayaran lunas, akan tetapi tidak semua orang mempunyai kemampuan untuk membeli rumah yang di bangun oleh penyelenggara bangunan dengan pembayaran lunas di sebabkan oleh keterbatasan kemampuan ekonomi, untuk memberikan kesempatan kepada konsumen dapat di tempuh dengan cara pembelian rumah secara kredit melalui KPR.

Kepuasan yang di rasakan pelanggan, akan berdampak juga terhadap developer atau PT yang mengambil pengadaan KPR, oleh karena itu developer memerlukan upaya untuk bisa memahami nilai-nilai yang di harapkan pelanggan dan atas dasar itu di harapkan memenuhi harapan nasabah atau pelanggan. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan di tinggalkan oleh pelanggannya, karena mereka kecewa atau kurang puas. Dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, setidaknya kualitas

yang dimiliki harus memiliki 5 kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat mendorong calon nasabah untuk menggunakan jasa KPR pada BTN, yaitu Keandalan, Cepat Tanggap, Empati, Jaminan dan Fisik,

Pada faktor fisik KPR di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Pekanbaru ini memiliki empat produk pembiayaan rumah yaitu KPR BTN Platinum iB, KPR BTN Indent iB, KPR BTN Subsidi iB, KPR BTN Hits iB. Masing-masing produknya kini memiliki fitur dan keunggulan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan nasabah. Empat produk pembiayaan ini menggunakan prinsip Akad Murabahah (Jual Beli) untuk KPR platinum dan KPR subsidi, Akad istisn (Jual beli berdasarkan pesanan) untuk KPR indent dan akad musyarakah mutanaqisah ban(gabungan dari dua akad yaitu Musyarakah dan Ba'i).

KPR(Kredit Pemilikan Rumah) adalah kredit yang di gunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa rumah berupa skema pembiayaan sehingga 90% dari harga rumah. Sedangkan jaminan atau agunan yang di perlukan untuk KPR adalah rumah yang akan di beli itu sendiri untuk KPR pengembalian. Namun ini pada pembiayaan terdapat pemberatan pada nasabah karena ketika KTA (Kredit Tanpa Agunan) jangka waktu pelunasan yang singkat dan juga nominal pinjaman kecil dengan bunga yang besar.

Keandalan dari Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah dalam pembiayaan KPR kepada nasabah merujuk kepada pada 3 pilar analisa BTN Syariah dalam pembiayaan yaitu; kemampuan untuk membayar kembali (ability to repay), kemampuan untuk membayar (willingnes), kehandalan agunan (calateral coverage) atau pembiayaan yang

di berikan tidak lebih dari harga agunan. Pada pembiayaannya pengambilan KPR pada perjanjian sudah ditentukan oleh pihak bank, dari hal tersebut dinilai melalui kualitas pelayanan bahwa pelanggan merasa kurang puas dikarenakan hal tersebut.

Kegiatan pembiayaan mempunyai kegiatan penting bagi kegiatan perbankan, karena kredit atau pembiayaan merupakan bagian terbesar sumber penghasilan Bank. Namun dalam menjalankan suatu bisnis perbankan tentunya penuh dengan suatu resiko. Terlebih halnya akan menyebabkan pembiayaan bermasalah (macet) atau biasa disebut dengan NPF (*Non Performing Financing*). Pembiayaan di Bank Syariah juga bisa mengalami masalah walaupun telah melakukan berbagai analisis secara seksama, banyak faktor-faktor penyebabnya mulai dari kesalahan penggunaan pembiayaan, manajemen yang buruk dan bisa juga akibat kondisi perekonomian yang dapat berpengaruh besar terhadap kesehatan keuangan debitur dan atas kerugian pembiayaan Bank. Dari observasi yang dilakukan ditemukan bahwa terdapat kesalahpahaman dari akses informasi yang terlalu sulit untuk diketahui atau diketahui ketika nasabah hendak menandatangani perjanjian.

Nasabah dinyatakan layak atau tidaknya dalam memenuhi pembiayaan KPR, salah satunya di lihat dari penghasilan nasabah tersebut. Jika penghasilan nasabah tersebut melebihi *repayman capacity* (RPC) maka nasabah layak menerima pembiayaan tersebut, namun jika nasabah tidak mencukupi maka nasabah tidak bisa menajali pembiayaan KPR, selain itu selain penghasilan dapat juga di lihat dari penghasilannya. Adapun penilaian dari Bank sebelum menyetujui suatu pembiayaan

tersebut diantaranya yaitu penilaian karakter artinya Bank mengamati secara sungguh terkait dengan nasabah.

Tabel I.I : Jumlah nasabah KPR bermasalah pada tahun 2017-2020:

No	Tahun	Total Nasabah
1	2017	3.235
2	2018	3.419
3	2019	3.642
4	2020	1.720
Jumlah		12.016

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel I.1 hasil data KPR Bermasalah diatas dapat disimpulkan pada tahun 2017 terdapat 3.235 nasabah yang bermasalah kemudian pada tahun 2018 terdapat 2,419 nasabah yang bermasalah, pada tahun 2019 terdapat 3.642 nasabah yang bermasalah dan pada tahun 2020 terdapat 1.720 nasabah yang bermasalah. Pada 2017-2019 *Non Performing Finance* (NPF) mengalami peningkatan hingga 407 nasabah. *Non Performing Finance* (NPF) terendah terjadi pada tahun 2020 sebesar 1.720 nasabah.

Dari hasil analisis tabel I.1 ini mengindikasikan bahwa KPR bermasalah Bank BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru, semakin banyak nasabah yang menjalani

pembiayaan semakin tinggi pembiayaan bermasalah atau *Non Performing Finance* (NPF). Untuk menghindari dan meminimalisir pembiayaan bermasalah (NPF) pihak perbankan dalam memberikan pembiayaan KPR pada nasabahnya menggunakan strategi dalam memberikan pembiayaan KPR.

Adapun fenomena yang terjadi pada Bank BTN Syariah Pekanbaru adalah sebagai berikut :

1. Adanya pembayaran pada KTA (Kartu Tanpa Anggunan), kemudian pada pelunasan waktu yang diberikan dari pihak bank singkat, nominal pinjaman yang kecil dan juga bunga yang diberikan besar.
2. Kurang puasnya pelanggan terhadap perjanjian bank yang hanya ditentukan sepihak
3. Produk KPR yang dimiliki bank BTN yang menjadikan keunggulan karna memiliki jenis-jenis KPR

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang mengenai kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru (Studi kasus pada nasabah KPR), penelitian yang akan dilakukan akan menganalisis kualitas pelayanan. Untuk itu penelitian menyimpulkan penelitian ini untuk menggunakan judul : **“Analisis Kualitas Pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah KPR)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang seperti yang telah di uraikan di atas maka rumusan masalah yang di teliti adalah “Bagaimana kualitas pelayanan pada Bank Btn Syariah Pekanbaru (studi kasus pada produk jasa KPR)?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan masalah yang di hadapi di atas, maka dapat di tentukan tujuan dari penelitian ini adalah “ untuk menganalisa dan menjelaskan kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru.

2. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambahkan wawasan teori ilmu pengetahuan oleh penulis untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru.x

b. Kegunaan secara akademik

Kegunaan ini di gunakan untuk menambah informasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentan adminisrasi bisnis, khususnya di bidang pelayanan.

c. Kegunaan secar praktis

Secara praktis, haail penelitian ini di harap bermanfaat dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Pentingnya peranan administrasi mengakibatkan timbulnya pandangan yang mengatakan bahwa sesungguhnya abad sekarang ini merupakan abad administrasi, karena semua keputusan baik dibidang politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan serta berbagai bidang lainnya hanya akan ada artinya apabila keputusan tersebut terlaksana dengan efisien dan efektif.

Menurut George R. Terry, pengertian administrasi adalah kegiatan perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakkan mereka yang melaksanakannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Nunung, 2020;3).

Menurut Sondang P. Siagian, arti administrasi adalah segala bentuk dari proses kerjasama antara dua individu atau lebih atas dasar rasionalitas terpilih untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya (Nunung, 2020;3).

Menurut Stephen P. Robbins, administrasi adalah keseluruhan proses dari aktivitas-aktivitas pencapaian tujuan secara efisien dengan dan melalui orang lain.

Menurut J. E. Walters, administrasi adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, penilaian dan pengendalian suatu usaha (Rahman,2017;10).

Menurut John M. Pfiffner mengemukakan bahwa administrasi adalah penerorganisasian dan pengarahan sumber-sumber yang berupa manusia atau tenaga kerja dan material untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan (Rahman,2017;11).

Dari pendapat para ahli diatas menunjukkan admistrasi adalah suatu kegiatan proses, terutama mengenai cara-cara, sarana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Administrasi juga dapat dirumuskan sebagai pengorganisasian dari pengarahan sumber daya manusia, tenaga kerja, dan materi untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.

2. Konsep Organisasi

Menurut Hasibuan (2007; 5) organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Atau lebih dikenal dengan tingkatan manajemen dalam organisasi yang terdiri dari top manajemen, leader manajemen dan lower manajemen.

Sedangkan menurut Siagian (dalam Zulkifli, 2005; 25) merumuskan definisi sebagai bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama dan secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan dimana terdapat seorang atau

beberapa orang yang disebut atasan dan seorang atau sekelompok orang disebut bawahan.

Organisasi berarti serangkaian aktifitas kolektif dari orang-orang yang diawali dengan penentuan tujuan, pembagian kerja dengan perincian tugas tertentu, pendelegasian wewenang, pengawasan diakhir dengan evaluasi pelaksanaan tugas. Dengan melihat organisasi menurut pendekatan proses antara lain tergambar dalam pendapat Massic (dalam Zulkifli, 2005; 25) organisasi merupakan suatu kerja sama sekelompok orang yang membagi tugas-tugasnya diantara para anggota, menetapkan hubungan-hubungan kerja dan menyatakan aktivitas-aktivitas kearah tujuan bersama.

Davis (1996:114) mengatakan “Ada tiga unsur penting partisipasi dalam organisasi, sebagai berikut:

- a. Unsur pertama, bahwa partisipasi atau keikutsertaan sesungguhnya merupakan suatu keterlibatan mental dan perasaan, lebih daripada semata-mata atau hanya keterlibatan secara jasmaniah.
- b. Unsur kedua adalah kesediaan memberi sesuatu sumbangan kepada usaha mencapai tujuan kelompok. Ini berarti, bahwa terdapat rasa senang, kesukarelaan untuk membantu kelompok.
- c. Unsur ketiga adalah unsur tanggung jawab. Unsur tersebut merupakan segi yang menonjol dari rasa menjadi anggota. Hal ini diakui sebagai anggota artinya ada rasa *sense of belongingness*.”

Terdapat berbagai alasan mengapa seorang individu selalu berkomitmen terhadap apa yang ia inginkan dan tetap tinggal dalam sebuah

organisasi yang ia tempati. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut dapat berasal dari individunya sendiri dan dari organisasi. Misalnya individu yang telah berada dalam suatu organisasi lebih dari dua tahun, dan individu yang memiliki keinginan untuk berkembang, memiliki komitmen organisasi yang tinggi dibanding dengan individu yang baru masuk didalam suatu organisasi.

a. Faktor Pribadi

- 1) Faktor personal, misalnya usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan kepribadian.
- 2) Pengalaman kerja. Pengalaman kerja seorang karyawan sangat berpengaruh terhadap tingkat komitmen karyawan pada organisasi. Karyawan yang baru beberapa tahun bekerja dan karyawan yang sudah puluhan tahun bekerja dalam organisasi tentu memiliki tingkat komitmen yang berlainan.

b. Faktor dalam Organisasi

- 3) Karakteristik pekerjaan, misalnya lingkup jabatan, tantangan dalam pekerjaan, konflik peran, tingkat kesulitan dalam pekerjaan.
- 4) Karakteristik struktur, misalnya besar kecilnya organisasi, bentuk organisasi, kehadiran serikat pekerja, dan tingkat pengendalian yang dilakukan organisasi terhadap karyawan.
 - a) Nilai-nilai kemanusiaan. Pondasi yang utaman dalam membangun komitmen karyawan adalah adanya kesungguhan dari organisasi untuk bisa memprioritaskan nilai-nilai kemanusiaan.

- b) Komunikasi dua arah yang komprehensif. Komitmen organisasi dibangun atas dasar kepercayaan, dan kepercayaan pasti membutuhkan komunikasi dua arah. Tanpa adanya komunikasi dua arah mustahil komitmen organisasi dapat dibangun dengan baik.
- c) Rasa kebersamaan dan kerukunan. Penelitian yang dilakukan oleh Kantar dalam Dessler (2005:141), bahwa “Seperti dalam masyarakat utopis, organisasi yang ingin meraih kebersamaan, seluruh faktor ini bersama-sama menciptakan rasa senasip dan kerukunan, yang pada tahap selanjutnya memberi kontribusi pada komitmen karyawan.”
- d) Visi dan Misi. Dessler (1995:145) menyatakan bahwa “Pemimpin dapat memberi inspirasi bagi tumbuhnya performansi dan komitmen karyawan yang tinggi dengan cara memberi kesempatan pada karyawan untuk dapat mengerti dan memahami visi dan misi bersama dalam sebuah organisasi.”
- e) Nilai sebagai dasar perekrutan. Nilai personal merupakan dasar kesesuaian seseorang untuk menunjukkan kesesuaian dengan organisasi.
- f) Kestabilan kerja. Karyawan dengan kestabilan yang tinggi akan memperoleh komitmen organisasi yang tinggi pula.
- g) Pengahayatan finansial faktor hygiene seperti gaji hanya akan menghasilkan motivasi dalam jangka yang pendek. Oleh karena itu insentif yang diberikan kepada individu yang telah berhasil

melampaui target dari apa yang ditetapkan perlu dihargai jerih payah kerja kerasnya.

5) Faktor Luar Organisasi

Persaingan global dalam hal sumber daya manusia, artinya seluruh individu saling bersaing secara global dalam meningkatkan keahlian atau *skill* dalam bidang tertentu sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Berdasarkan beberapa konsep tentang organisasi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa organisasi bisnis sebagai suatu bentuk kerjasama dua orang atau lebih dalam usaha bisnis (niaga) yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (*profit*). Sementara organisasi secara umum ada yang berbentuk sosial atau *non profit*. Namun khusus organisasi bisnis memiliki tujuan utama untuk mencari keuntungan atau *profit*.

3. Konsep Manajemen

Menerapkan ilmu manajemen dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat praktikkan tanpa mengerti apa itu manajemen. Pengertian ilmu manajemen secara umum wajib harus dipahami agar dapat diimplementasikan dengan baik.

Menurut Johnson dalam Abdul Choliq(2011;2), mengemukakan bahwa manajemen adalah proses mengintegrasikan sumber-sumber yang tidak berhubungan menjadi sistem total untuk menyelesaikan suatu tujuan.

Manajemen menurut G.R. Terry dalam Sucahyowati(2017;5). adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan,

pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Menurut Marry Parker Follet dalam Fachruddin(2016;8). Mendefinisikan manajemen (pengelolaan) sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Menurut Malayu S.P Hasibuan (2016;9) mengemukakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dari pendapat-pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses pemakaian sumber daya baik itu sumber daya manusia ataupun sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan bersama.

Definisi manajemen menurut Gulick dalam Wijayanti (2008: 1) adalah “Sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.”

Menurut Schein (2008: 2), definisi manajemen “Sebagai profesi, yaitu suatu profesi yang dituntut untuk bekerja secara profesional, karakteristiknya adalah para profesional membuat keputusan berdsarkan prinsip-prinsip umum, para profesional mendapatkan status mereka karena mereka mencapai standar

prestasi kerja tertentu, dan para profesional harus ditentukan suatu kode etik yang kuat.”

Sedangkan Terry (2005: 1) memberi pengertian manajemen yaitu “Suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pebgarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha yang telah dilakukan.”

Melalui beberapa definisi tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam berbisnis, yaitu dengan melaksanakan fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen dibutuhkan setidaknya untuk mencapai tujuan organisasi dalam berbisnis, menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan dalam organisasi, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas bisnis suatu organisasi.

4. Pelayanan perbankan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010;22). Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang

merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Hasibuan, 2005;152).

Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan pihak yang menginginkan (Rianti, 2010;211).

Pelayanan terkait erat dengan komunitas. Sehingga layanan tersebut lebih dikenal dengan layanan publik. Publik berasal dari bahasa Inggris "Publik, yang berarti masyarakat umum dan Negara, kata publik dalam bahasa Indonesia didefinisikan sebagai masyarakat umum dan publik.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2004 Pelayanan Publik adalah: "Semua bentuk pelayanan dilakukan 27 oleh Instansi Pemerintah di pusat, daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik

Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka memenuhi ketentuan perundang-undangan implementasi".

Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, ruang lingkup pelayanan publik meliputi:

Pelayanan untuk barang dan pelayanan publik serta pelayanan administrasi diatur dalam perundang-undangan. Ruang lingkungannya meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan bisnis perumahan, komunikasi dan informasi, lingkungan kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, transportasi, sumber daya alam, pariwisata dan sektor strategis lainnya. Pelayanan publik merupakan salah satu kebutuhan dalam rangka pemeruan pelayanan sesuai peraturan perundang-undangan. pemenuhan kebutuhan merupakan hak dasar setiap warga dan penduduk negara untuk mendapatkan pelayanan atas barang, jasa dan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik dengan maksimal.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang menguntungkan suatu perkumpulan atau kesatuan yang bekerja untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat sehingga masyarakat lebih puas.

5. Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan menurut Osborne et al dalam (Pasolong 2013) yang memiliki karakteristik seperti: "tidak prosedural (birokratis), didistribusikan dan didesentralisasi, dan berorientasi pelanggan".

Kepuasan pelanggan untuk layanan, kinerja layanan, dan kualitas layanan dihitung satu sama lain. Kualitas layanan akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan mencerminkan kinerja layanan. Menurut Ibrahim dalam (Hardiansyah 2011). “Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.”

Kemudian Menurut (Kotler 2005) tentang kualitas pelayanan yaitu: “Keseluruhan ciri beserta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.” Sedangkan kualitas pelayanan menurut Sampara Lukman (2000: 14) adalah. “Pelayanan yang diberikan pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam pemberian pelayanan. Standar yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Nasution dalam (Rusydi 2017) menyampaikan terkait kualitas pelayanan adalah “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.” Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi.

Menurut (Supranto 2006) kualitas layanan juga merupakan konstruk yang kompleks, dan paling diinvestigasikan pada disiplin ilmu pemasaran. Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan, berarti bahwa perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik.

Lovelock dalam buku (Tjiptono 2006b), mengatakan “Kualitas layanan adalah tingkat yang diharapkan dan mengendalikan tingkat keunggulan adalah untuk memenuhi harapan pelanggan”. Lebih lanjut (Tjiptono 2006) menyatakan: “Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan atau layanan yang diterima. Jika penerima cocok dengan layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang diperhitungkan baik, jika bertentangan, maka kualitas layanan yang disiapkan negatif atau tidak baik.”

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

- a. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- b. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
- c. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
- d. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam

menangani kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.

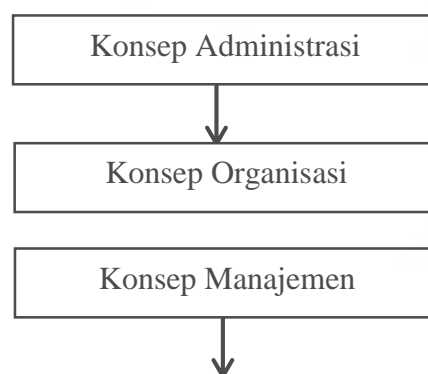
- e. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

Untuk mewujudkan layanan yang berkualitas positif perusahaan harus mampu memenuhi layanan yang diharapkan konsumen.

B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini dilihat dalam bentuk diagram alir yang dimulai dari administrasi dan diakhiri dengan hasil pengujian variabel Analisis Kualitas Pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar II.1. Kerangka Pikir tentang analisis kualitas pelayanan pada Bank BTN Syariah Pekanbaru





Sumber : Data Olahan Penelitian, 2022

C. Konsep Operasional

Untuk memudahkan pemberian pemahaman dalam menafsirkan istilah ataupun konsep terkait penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa konsep yang berhubungan langsung dengan penelitian ini.

1. Administrasi adalah suatu kegiatan proses, terutama mengenai cara-cara, sarana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Administrasi juga dapat dirumuskan sebagai pengorganisasian dari pengarahannya sumber daya manusia, tenaga kerja, dan materi untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.

2. Administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan tersebut.
3. Organisasi adalah kumpulan minimal dua orang, yang dalam usahanya mencapai tujuan bersama diatur dalam suatu struktur tugas dan kewenangan secara sistematis, efisien dan terkoordinasi.
4. Manajemen adalah suatu proses pemakaian sumber daya baik itu sumber daya manusia ataupun sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan bersama.
5. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu mengedepankan keadilan, kemitraan, keterbukaan, dan universalitas bagi seluruh kalangan.
6. Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
7. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

8. Fisik ialah meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat
9. Keandalan ialah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten, pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam memnuhi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.
10. Daya tanggap ialah sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat, kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan.
11. Jaminan ialah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
12. Empati ialah perhatian yang diberikan secara pribadi atau individu kepada pelanggan oleh pegawai dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.
13. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapan.

D. Operasional Variabel

Tabel II.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian tentang Strategi Bank
BTN Syariah dalam Penyelesaian KPR Bermasalah

Konsep	Variabel	Indikator	Item Penilaian	Kategori Pengukuran
Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016:59).	Kualitas Pelayanan	Fisik (<i>Tangible</i>)	a. Kenyaman tempat b. Alat penunjang	Ordinal
		Empati (<i>Empathy</i>)	a. Mendahulukan kepentingan nasabah b. Melayani dengan sikap ramah c. Melayani dengan sopan santun d. Melayani dengan tidak diskriminatif e. Melayani dan menghargai setiap nasabah	Ordinal
		Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>)	a. Respon terhadap nasabah b. Pelayanan dengan cepat c. Pelayanan dengan tepat d. Pelayanan dengan cermat e. Pelayanan dengan waktu yang tepat	Ordinal

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

		Keandalan (<i>Reliability</i>)	a. Kecermatan b. Standar pelayanan yang jelas keahlian	Ordinal
		Kepastian (<i>Assurance</i>)	a. Jaminan tepat waktu b. Jaminan biaya dalam pelayanan c. Jaminan kepastian biaya	Ordinal

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

E. Penelitian Relevan

Tabel II.2 Penelitian yang Relevan

No .	Nama Peneliti	Judul	Jurnal & Tahun	Variabel	Indicator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nina Indah Fenriana	Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung	Jurnal An-Nisbah, Vol 03, No 01, Oktober 2016	1. Kualitas pelayanan 2. Kepuasan nasabah	1. Complianc 2. Assurance 3. Reliability 4. Tangible 5. Empathy 6. Responsiveness	hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi CARTER yang terdiri dari compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Analisis servqual menunjukkan bahwa dari keseluruhan instrumen dimensi	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya.
2.	Catur prasetio, oktari kiswati zaini	Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada	Jurnal Online Mahasiswa Bidang Manaje	1. Kualitas pelayanan 2. Kepuasan nasabah	1. Berwujud (tangible) 2. Keandalan (reliability) 3. Daya tanggap	Hasil penelitian menunjukkan fakta melalui tanggapan responden bahwa kualitas pelayanan yang ada pada bank BNI cabang Djuanda dinilai baik dan kepuasan nasabah	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat

	Yuany farradia	Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Djuanda, Bogor	men, Vol 1, No 1, 2017		(responsiveness)	dinilai cukup memuaskan. Sedangkan menurut perhitungan IPA (Importance Performance Analisis) yang digambarkan didalam diagram cartesius	melakukan kunjungan lapangan.	penelitiannya.
No	Nama Peneliti	Judul	Jurnal dan Tahun	Variabel	Indikator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3	Deny Danar Rahayu dan Alvi Furwanti Alwie	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru	Jurnal Ekonomi, Vol 18, No 1, Maret 2010	1. Kualitas pelayanan 2. Loyalitas nasabah	1. Kepatuhan 2. Daya tanggap 3. Keandalan 4. Jaminan 5. Bukti fisik 6. empati	Hasil analisis secara parsial dari keenam variable kualitas pelayanan yang terdiri dari kepatuhan, daya tanggap, keandalan, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Pekanbaru, diketahui bahwa hipotesis variable keandalan dan empati ditolak dan hipotesis 4 variabel lainnya (Kepatuhan, Daya Tanggap, Jaminan dan Bukti Fisik)	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya.

No	Nama Peneliti	Judul	Jurnal dan Tahun	Variabel	Indikator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
4	I Gede Yogi Pramana	Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank	Jurnal Manajemen	1. Kualitas pelayanan	1. Bukti fisik 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif	Persamaan penelitiannya dengan	Perbedaan penelitiannya dengan

	dan Ni Madae Rastini	Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali	Unud, Vol 5, No 1, 2016	2. Kepercayaan nasabah 3. Loyalitas nasabah	Empati	dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah	penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	penulis adalah tempat penelitiannya.
5	Untung Sriwidodo dan Rully Tri Indriastuti	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah	Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 10, No 2, Oktober 2010	1. Kualitas pelayanan 2. Kepuasan nasabah	1. Reliability 2. Responsiveness 3. Assurance 4. Empathy 5. tangibles	Hasil penelitian juga membuktikan bahwa di antara kelima dimensi kualitas layanan di PT. Bank Jateng Cabang Karanganyar yang memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah adalah dimensi responsiveness. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi nasabah mengenai ketanggapan merupakan faktor yang amat penting dalam membentuk kepuasan.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya.

6	I Wayan Sujana	Pengaruh Kualitas Pelayanan	Jurnal Ilmiah Manaje	1. Kualitas pelayanan 2. Kepuasan	1. Keandalan 2. Ketanggapan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas	Persamaan penelitiannya dengan	Perbedaan penelitiannya dengan
No	Nama Peneliti	Judul	Jurnal dan Tahun	Variabel	Indikator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Bau Bau	en EMOR, Vol 3, No 2	nasabah	3. Empati 4. Kepastian 5. Keberwujudan	pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; 2) Terdapat korelasi/hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dengan tingkat korelasi yang kuat sebesar 0,751.	penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	penulis adalah tempat penelitiannya.
7.	Achmad Tavip Junaedi, Djumilah Hadiwijoyo, Eka Afnan	Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan	Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 10,	1. Kualitas pelayanan 2. Kepuasan nasabah	1. Keandalan 2. Ketanggapan 3. Empati 4. Kepastian 5. Keberwujudan	Sampel telah memenuhi persyaratan untuk menggunakan teknik analisis SEM (Structural Equation Model). Beberapa temuan dari penelitian ini adalah loyalitas dapat dipertahankan jika	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat

	Troena, iwan Triyuwo	Nasabah Pada Bank	No 1, 2012			diimplementasikan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, memuaskan pelanggan akan selalu setia dengan perbankan syariah. Keadilan untuk bagi hasil akan membuat memuaskan pelanggan, tetapi keadilan bagi bagi hasil tidak signifikan	kunjungan lapangan.	penelitiannya.
--	----------------------------	----------------------	---------------	--	--	--	---------------------	----------------

No	Nama Peneliti	Judul	Jurnal dan Tahun	Variabel	Indikator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
8.	Bagja Sumantri	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembuiayaan Terhadap Minat dan Keputusan	JurnalEc onomia, Vol 10, No 2, Oktober 2014	1. Kualita s pelaya nan 2. Produk pembia yaan 3. Minat dan	1. Bukti langsung 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati	Hasil penelitianmenunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minatmenjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusanmenjadi nasabah. Penelitian ini juga menemukan	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat

		Menjadi Nasabah Di Bank Syariah		keputusan nasabah		bahwa produk pembiayaan jugaberpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah.	kunjungan lapangan.	penelitiannya.
9.	Yelli Trisusanti dan Okta Karneli	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)	Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNRI, Vol 4, No 2, 2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan 2. Kepercayaan 3. Loyalitas nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliability 2. Responsiveness 3. Assurance 4. Empathy 5. Tangibles 	Kualitas pelayanan pada Bank BNI Syariah kantor cabang pekanbaru sudah baik dapat dilihat dari tanggapan responden yang menjadi nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari pegawai bank sudah melayani sesuai dengan peraturan dan standar perusahaan yang berlaku. Indikator yang memiliki skor paling tinggi responsiveness	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya.

N o	Nama Peneliti	Judul	Nama Jurnal	Variabel	Indikator	Hasil	Persamaan	Perbedaan
-----	---------------	-------	-------------	----------	-----------	-------	-----------	-----------

			dan Tahun					
10	Putri Apriyanti, Djasuro Surya, Lutfi Lutfi	Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Emperik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang	Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, Vol 1, No 2, 2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan 2. Citra Perusahaan 3. Loyalitas nasabah 4. Kepuasan nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati 	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BJB cabang Serang.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama melakukan kunjungan lapangan.	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya.

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

F. Teknik Pengukuran

Pengukuran terhadap setiap indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, perencanaan tindakan, pelaksanaan tindakan, dan hasil tindakan (Sugiyono, 2015;199).

Pengukuran terhadap indikator variabel diklarifikasikan menjadi 5 bagian kategori penelitian yaitu sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan sangat kurang baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan per indikator variabel, masing-masing alternatif jawabannya terdiri dari 5 kategori dengan nilai skor sebagai berikut:

Tabel II.3 Tabel Pernyataan

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Cukup Baik	3
4	Kurang Baik	2
5	Sangat Kurang Baik	1

Untuk menyatakan hasil skor dari skor tertinggi, terendah dan interval kelas dapat dinyatakan dalam rumus yaitu:

Skor Tertinggi : Jumlah responden x jumlah pertanyaan item x nilai tertinggi

Skor Terendah : Jumlah responden x jumlah item pertanyaan x nilai terendah

Interval : $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Skala pengukuran}}$

Skor Tertinggi : $40 \times 20 \times 5 = 4000$

Skor Terendah : $40 \times 20 \times 1 = 800$

Interval : $\frac{4000 - 800}{5}$

: $\frac{3200}{5} = 640$



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian survei deskriptif yaitu tipe yang mengumpulkan, menyusun, menginterpretasikan dan menganalisa data sehingga memberikan keterangan lengkap yang berkaitan dengan masalah yang di bahas. Sedangkan metode penelitian yang di gunakan adalah metode kuantitatif, karena untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan Bank BTN Syariah Pekanbaru (studi kasus pada nasabah KPR) dalam menangani KPR bermasalah melalui wawancara, Sugiyono (2017).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Pekanbaru yang beralamat di Jl. Arifin Ahmad, Kelurahan Sidomulyo Timur, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, KodePos 28125, adalah karena adanya kemudahan akses dan kemudahan dalam pemerolehan data penelitian terkait profil dan layanan bank yang ada di Bank BTN Syariah Cabang Pekanbaru. Waktu prapenelitian ini dimulai pada bulan September sampai dengan bulan Desember 2020. Sedangkan objek penelitian ini karyawan PT Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Pekanbaru.

C. Populasi Dan Sampel

- a. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2012;389) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa KPR pada PT Bank BTN Syariah Pekanbaru.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017;137). Dalam prosedur pengambilan sampel konsumen dilaksanakan dengan cara penentuan sampel dari populasi yang memenuhi karakteristik tertentu sebagai pembatas yang terdapat dalam populasi yang menjadi objek studi.

Tabel III.I : jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Populasi (orang)	Sampel (oranag)	Persentase
1	Pimpinan	1	1	100%
2	Konsumen	~	40	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian , 2022

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik Penarikan sampel yang dipakai pada penelitian ini ialah memakai teknik *Insidental Sampling*. *Insidental Sampling* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang bersangkutan layak digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2015; 175)

Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah nasabah yang kebetulan bertemu dan menggunakan jasa KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru.

E. Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis dan Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2013;193) adalah sumber data yang langsung memberikan data utama atau data pokok penelitian. Data pokok dapat di deskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari tangan subjek penelitian atau responden atau informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2013;193) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti juga mengambil data-data yang relevan dari buku-buku literature dan internet sesuai data yang diperlukan untuk memperjelas penilaian yang dilakukan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuisisioner menurut Sugiyono (2007;162) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Pada penelitian ini penelitian membagikan daftar pertanyaan kepada responden dengan maksud agar memperoleh keterangan berdasarkan pilihan alternatif jawaban yang ada.

2. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2007;160) adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak yang ditanya atau penjawab. Dalam penelitian wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data faktual terhadap masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan sampel yang telah ditetapkan untuk menunjang data yang diperoleh dari jawaban angket/kuisisioner responden.

3. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam membeli martabak Trendys di Pekanbaru secara langsung oleh penulis terhadap konsumen dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan, sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

G. Teknik Analisis Data

Data penelitian didapatkan dan berasal dari jawaban nasabah jasa KPR pada Bank BTN terkait kualitas pelayanan dan kepuasan. Data yang didapat dari responden akan diolah atau dianalisis secara deskriptif. Menurut Sugiyono (2018:232), bahwa “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, media, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.” Berdasarkan pendapat tersebut, maka teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif penelitian ini adalah dengan perhitungan persentil atau perhitungan persentase yang dicari dari hasil jawaban kuesioner oleh sampel penelitian.

BAB IV DESKRIPSI UMUM

A. Sejarah Singkat PT BANK TABUNGAN NEGARA

Bank BTN adalah BUMN Indonesia yang berbentuk perseroan terbatas dan bergerak di bidang jasa keuangan perbankan. Cikal bakal Bank BTN dimulai dengan didirikannya Postpaarbank di Batavia pada tahun 1897 pada masa pemerintah Belanda. Pada 1 April 1942 Postpaarbank diambil alih pemerintah Jepang dan berganti nama menjadi Tyokin Kyoku. Kemudian pada masa setelah kemerdekaan diproklamasikan Tyokin Kyoku diambil alih oleh pemerintah Indonesia dan diubah namanya menjadi Kantor Tabungan Pos RI. Setelah dikukuhkannya, Bank Tabungan POS RI ini sebagai satu-satunya Lembaga tabungan di Indonesia. Pada tanggal 9 Februari 1950 pemerintah mengganti Namanya menjadi Bank Tabungan Pos.

Tanggal 9 Februari 1950 ini juga ditetapkan sebagai hari lahirnya Bank BTN Berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 4 tahun 1963 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 62 tahun 1963 tanggal 22 Juni 1963 maka resmi sudah nama Bank Tabungan Pos diganti Namanya menjado Bank Tabungan Negara. Dalam Periode ini posisi Bank BTN telah berkembang dari sebuah unit menjadi induk yang berdiri sendiri.

Kemudian sejarah Bank BTN mulai diukir kembali dengan di tunjuknya oleh pemerintah Indonesia pada tanggal 29 Januari 1974 melalui Surat Menteri 47

Keuangan RI No. B-49/MK/I/1974 sebagai wadah pembiayaan proyek perumahan untuk rakyat. Sejalan dengan tugas tersebut, maka mulai 1976 mulailah realisasi KPR (Kredit Pemilikan Rumah) pertamakalinya oleh BTN di negeri ini. Dari waktu ke waktu akhirnya Bank BTN semakin berkembang mengantar Nama nya sebagai satu-satunya bank yang mempunyai konsentrasi penuh dalam pengembangan bisnis perumahan di Indonesia melalui dukungan KPR BTN.

Bank BTN semakin lama semakin melebarkan sayapnya pada tahun 1989 dengan mengeluarkan obligasi pertamanya. Pada tahun 1992 status Bank BTN ini menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses dalam segi bisnis perumahan melalui fasilitas KPR tersebut. Status (Persero) ini memungkinkan Bank BTN bergerak lebih luas lagi dengan fungsinya sebagai bank umum (komersial). Demi Mendukung bisnis KPR tersebut, Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk layanan perbankan sebagaimana layaknya bank umum (komersial).

Sukses Bank BTN dalam bisnis KPR jugs meningkatkan status Bank BTN sebagai bank konvensional menjadi Bank Devisa pada tahun 1994. Layanan bank dalam bentuk penerbitan Letter of Credit (L/C), pembiayaan usaha dalam bentuk Dollar, dan lain-lain bisa diberikan Bank BTN dengan status tersebut. Dengan status baru ini tidak membuat Bank BTN lupa akan fungsi utamanya sebagai bank penyedia KPR untuk masyarakat menengah kebawah. Status (Persero) ini Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk layanan perbankan yang luas sebagaimana layaknya bank umum komersil.

Tidak hanya berhenti di berkembangnya Bank BTN sebagai bank komersil pemerintah semakin meningkatkan kepercayaannya terhadap Bank BTN dengan memsutkan Bank BTN sebagai bank umum (komersil) dengan focus bisnis perumahan tanpa subsidi (Platinum) melalui surat No 5 – 544/MMBU/2002 dari Menteri BUMN.

Ditahun yang sama Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) mengeluarkan pernyataan efektif terhadap produk investasi baru yang berbentuk sekuritas . Produk itu adalah EBA Danareksa Sarana Multigriya Finansial 1 – Kredit kepemilikan Rumah Bank Tabungan Negara (SMF I-KPR BTN) serta pada tahun yang sama Bank BTN melakukan Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) dan listing di Bursa Efek Indonesia.

Segala kepercayaan masyarakat dan pemerintah terhadap Bank BTN telah mengantarkan Bank BTN mendapatkan penghargaan dalam ajang Perbankan Indonesia VI 2017 sebagai Peringkat 1 Bank Terbaik Indonesia 2017. Dengan adanya penghargaan tersebut akan mengukuhkan perseoran untuk mampu mekanjutja catatan kinerja positif dan mencapai target bisnis perseoran pada masa yang akan datang. Sampai dengan saat ini Bank BTN telah memiliki 354 Kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Sebagai Bank BUMN yang sudah dikenal tentu Bank BTN mempunyai VISI dan MISI untuk mendorong kelangsungan berjalannya perusahaan. Visi Bank BTN adalah “Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa

layanan keuangan keluarga”. Kemudian untuk tercapainya visi dari Bank BTN itu sendiri tentu memerlukan Misi untuk mendorong terlaksananya Visi yang telah ditetapkan diatas, Adapun Misi Bank BTN yaitu :

1. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
2. Menyiapkan dan mengembangkan Human Capital yang berkualitas, Profesional dan memiliki integritas yang tinggi.
3. Meningkatkan shareholder value dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan Good Corporate Governance (GCG).
4. Mementingkan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

Untuk terlaksananya Misi pada point kedua yaitu : Menyiapkan dan mengembangkan Human Capital yang berkualitas, Profesional dan memiliki integritas yang tinggi Bank BTN mempunyai 5 Nilai Dasar dan 10 Prilaku utama Budaya Perusahaan Bank BTN untuk di terapkan pada insan BITNIZ Bank BTN yaitu :

1. Sinergi : Tulus Terbuka dan kolaborasi yang produktif, saling percaya dan menghargai.
2. Integritas : Konsisten dan disiplin, jujur dan berdedikasi.

3. Inovasi : Tanggap terhadap perubahan, kreatif dan inovatif dalam melakukan penyempurnaan yang bernilai tambah.
4. Profesionalisme : Kompeten, Intrapreneurship, dan bertanggungjawab, bekerja cerdas dan berorientasi pada hasil.
5. Spirit mencapai keunggulan : Antusias, Proaktif dan pantang menyerah, efektif efisien dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Sebagai bank BUMN yang unggul di Indonesia tentu Bank BTN juga mengharapkan adanya inovasi dari segi pengembangan bisnis unit usaha Syariah, maka dari itu Bank BTN membentuk PT. Bank Tabungan Negara Syariah Strategic Bussiness Unit (SBU) dari Bank BTN Konvensional yang menjalankan bisnisnya melalui prinsip Syariah dan sesuai dengan syariat islam. Bank Tabungan Negara Syariah mulai beroperasi pada 14 Februari 2005 yang di resmikan dengan membuka kantor cabang Syariah utama di Jakarta. Tujuan pendirian BTN Syariah yaitu Untuk memenuhi kebutuhan bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah, mendukung pencapaian sasaran laba usaha bank, meningkatkan ketahanan bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha dan memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan karyawan.

Perkembangan jaringan BTN Syariah Sebagai unit usaha syariah dari bank BTN saat ini BTN Syariah memiliki jaringan yang tersebar hampir di seluruh Indonesia dengan Kantor cabang Syariah sebanyak 69 cabang Kantor cabang pembantu Syariah

sebanyak 214 cabang Kantor Kas Syariah sebanyak 246 kantor kas dan kantor layanan Syariah sebanyak 327.

Sebagai pendorong bisnis Bank BTN, BTN Syariah mempunyai visi misi tersendiri sebagai khas Bank BUMN yang memiliki prinsip Syariah. Adapun VISI dari bank btn Syariah yaitu "Menjadi strategic bussines unit btn yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan layanan jasa keuangan perbankan Syariah yang mengutamakan kemaslahatan bersama". Supaya visi yang telah ditetapkan bisa mencapai tujuan di perlukan beberapa misi untuk mewujudkannya. Bank BTN Syariah memiliki MISI sebagai berikut :

1. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN secara keseluruhan.
2. Memberikan pelayanan jasa keuangan perbankan yang unggul dalam prinsip Syariah untuk pembiayaan perumahan (KPR) dan produk layanan jasa penghimpunan dana sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan masyarakat luas sehingga dapat memperoleh pangsa pasar yang di harapkan.
3. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta shareholder value.
4. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap stakeholder serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah secara pandangan melalui sudut pandang syariat islam.

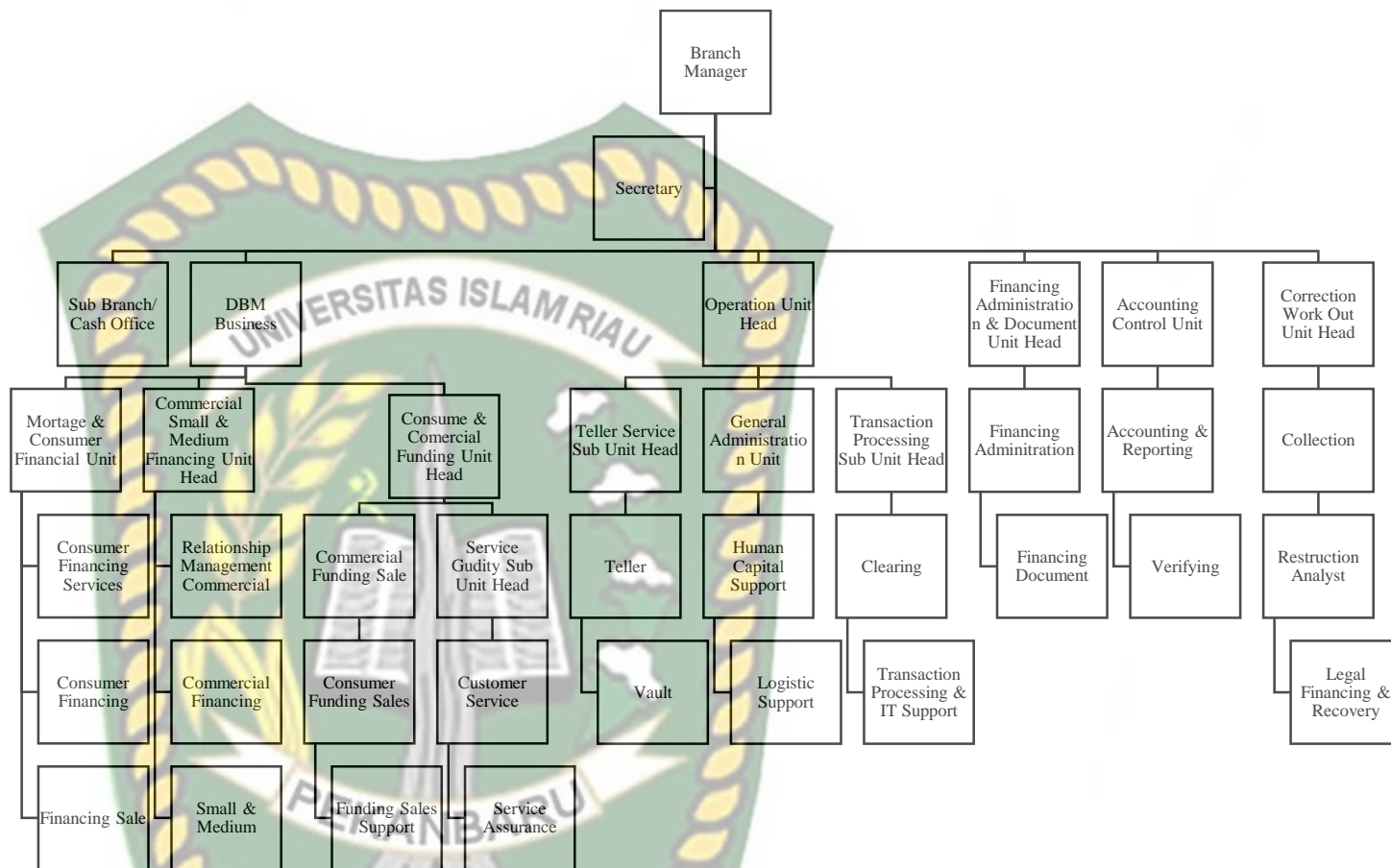
B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi ialah hal yang sangat dipertimbangkan dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Pada suatu struktur organisasi di perusahaan terbagi sangat jelas wewenang, tugas dan tanggung jawab para karyawannya masing-masing.

Suatu organisasi yang berkembang, pada setiap bagian tentu harus melaksanakan fungsinya dengan disiplin. Perbandingan yang baik antara sebuah pekerjaan yang di lakukan dengan hasil yang di capai tentu tidak terlepas dari efisiensi yang tercipta karena hubungan timbal balik secara berkesinambungan.

Struktur organisasi adalah organisasi dengan segala aktifitas pekerjaannya, di dalam struktur organisasi ada hubungan di antara orang-orang yang menjalankan aktivitas tersebut. Makin banyak kegiatan yang di lakukan dalam suatu organisasi, makin erat pula hubungan kerja antar pegawai satu sama lain. Untuk itu sangat perlu sekali perusahaan membuat suatu bagan yang menggambarkan tentang hubungan tersebut termasuk hubungan antara masingmasing aktifitas dan fungsi dari karyawn itu sendiri. Bagan yang di maksud disini adalah bagan organisasi atau yang biasa struktur organisasi.

GAMBAR IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara Syariah Pekanbaru



Sumber: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syaria Pekanbaru, Tahun 2022

Struktur organisasi Bank BTN Kantor Cabang Syariah Pekanbaru tersebut tugas dan wewenang masing-masing antara lain :

1. Kepala Cabang (*Branch Manager*)

Kepala Cabang mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Membuat planning pencapaian kinerja.
- b. Membuat dan menyampaikan laporan keuangan bulanan dan laporan laba/rugi kepada Dewan Pengawas.
- c. Menyetujui kredit yang telah di proses bagian kredit dan sebaliknya.
- d. Melakukan pendekatan dengan instansi pemerintah, tokoh masyarakat, para pejabat relasi.
- e. Mengadakan rapat dengan dewan pengawas pada setiap triwulan sekali.

2. Wakil Kepala Cabang (*Deputy Branch Manager*)

Wakil Kepala Cabang mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Memeriksa transaksi pada unit kerja oprasional.
- b. Menagatasi dan mengontrol kegiatan operasional pada setiap aktivitas yang dilakukan karyawan.
- c. Mengatur pengeluaran kas untuk kantor.

- d. Memeriksa laporan kerja, seperti : neraca laporan laba/rugi, dan transaksi-transaksi setiap hari) untuk dilaporkan ke kepala cabang.
- e. Mengadakan pemeriksaan terhadap keadaan kas masuk dan kas keluar yang di lakukan bersama-sama dengan teller.
- f. Mengecek tunggakan kredit di bagian administrasi.
- g. Mengotorisasi setiap transaksi yang dilakukan baik pada bagia teller service, transaction processing dan financing administration.

3. Bagian Operasional

Bagian operasional bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito serta melakukan kegiatan administrasinya. Didalam melaksanakan tugasnya bagian operasional dibantu dan membawahi bagian umum, *Customer Service, Teller dan Accounting Reporting.*

4. Bagian Umum (*General Branch Administration*)

Bagian Umum mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Memberikan apapun kebutuhan karyawan, dalam keterkatian pemenuhan barang-barang penunjang aktivits karyawan seperti : alat tulis kantor dan dokume dari percetakan dan kebutuhan kerja lainnya. *General Banch Administration* juga harus melalukan monitoring terhadap segala bentuk inventaris kantor.

- b. Mengarsip surat-surat atau dokumen perusahaan seperti dokumen terkait data karyawan, peyewaan gedung, asuransi gedung, SIUP, SITU, keamanan dan dokumen perjanjian terkait surat menyurat antar mitra yang mempunyai kerjasama yang baik.
- c. Membuat daftar dan melakukan penyusutan atas harta tetap dan inventaris kantor.
- d. Membuat warkat biaya yang berkaitan dengan operasional perusahaan dan nota pemindahbukuan tabungan, deposito dan kredit.
- e. Mengatur *Lay Out* kantor, mutasi, rotasi jabatan untuk kelancaran mekanisme kerja serta untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktifitas kerja karyawan.
- f. Melakukan *monitoring* daftar hadir karyawan serta mengamati pencatatan dan evaluasi terhadap produktifitas, kreatifitas dan disiplin kerja karyawan untuk menetapkan berbagai kebijaksanaan di bidang personalia.
- g. Membuat daftar gaji, tunjangan dan pemotongan gaji sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta mendistribusikan gaji kepada masing-masing karyawan.

5. Bagian Administrasi Umum (*Financing Administration*)

Bagian Administrasi Umum mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Memeriksa kelengkapan permohonan pembiayaan yang akan dicairkan dan mempersiapkan media-media sesuai dengan persetujuan atau putusan pembiayaan oleh pihak yang berwenang serta melakukan registrasi dan pengarsipan dokumen pembiayaan.
- b. Mencatat pembukuan setoran debitur ke dalam kartu pinjaman, melakukan monitoring atas tata tertib angsuran serta membuat, membalas, mengagendakan dan mengarsip seluruh surat-surat sehubungan dengan pembiayaan.
- c. Membuat daftar dan menyampaikan laporan secara berkala, baik laporan untuk intern perusahaan maupun ekstern perusahaan.

6. Bagian Proses Transaksi (*Transaction Processing*)

Tugas dari bagian *Transaction Processing* adalah melakukan proses layanan transaksi kliring, transfer langsung ke tujuan bank transfer (RTGS), pencairan dana setelah akad pembiayaan disetujui, memantau dan memeriksa serta mengontrol transaksi antar rekening supaya tidak selisih.

7. Bagian Kredit (*Financing Service*)

Bagian pembiayaan yang bertugas memberikan layanan kepada masyarakat mengenai pembiayaan serta melakukan penagihan dan pengawasan pembiayaan yang telah disalurkan. Didalam tugasnya, bagian kredit dibantu dan membawahi Administrasi pembiayaan (*Financing Administrasi*) dan collection (penagihan).

8. Bagian Dana (*Funding Officer*)

Bagian Dana memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Melakukan pendekatan dan pembinaan hubungan baik dengan masyarakat luas, lembaga/instansi, pemerintah/swasta dan sekolah-sekolah dalam rangka promosi, pemasaran produk-produk bank.
- b. Melakukan penarikan dan kegiatan antar jemput dari bank ke penabung serta memotivasi calon penabung dan nasabah untuk menempatkan, mempertahankan dan meningkatkan nominal dananya di bank.
- c. Membuat dan memberikan laporan secara periodik menyangkut mutasi tabungan dan deposito hasil penarikan di lapangan.

9. *Customer Service*

Customer Service memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan informasi kepada nasabah, berkaitan dengan permohonan pembukaan rekening tabungan, deposito dan kredit serta memberi pelayanan kepada relasi lainnya.
- b. Membuat daftar mutasi harian tabungan, deposito, dan cicilan pinjaman yang di berikan dan pendapatan bunga.
- c. Memberikan pelayanan untuk pembukaan rekening tabungan, deposito dan registrasinya dalam buku tabungan serta memberikan pelayan untuk

penukaran / penggantian buku tabungan yang telah penuh, hilang/rusak dan penutupan rekening sesuai ketentuan yang berlaku.

- d. Melakukan pendebitan atas rekening tabungan deposito untuk keperluan angsuran/pelunasan kewajiban debitur dan hal lainnya sesuai ketentuan yang berlaku.
- e. Menerima dan atau meneruskan surat/dokumen masuk dan atau keluar dari bank ke alamat yang dituju, termasuk surat-surat/dokumen intern perusahaan.
- f. Menata berkas-berkas / dokumen yang berkaitan bidang jasa nasabah yaitu :
CIF (*Customer Information File*).

10. *Teller Service*

Teller Service memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Membuka/menutup vault dan khasanah (brankas).
- b. Melayani, mencatat dan membukukan setiap transaksi kas dan meneruskan bukti transaksi tersebut dalam bentuk maploeg kepada bagian accounting & reporting secara bertahap untuk setiap hari kerja dilakukannya transaksi tersebut.

- c. Mengajukan permohonan penambahan / pengurangan kas kepada wakil kepala cabang bagian operasional bila terjadi kekurangan/kelebihan kas sesuai dengan batas wewenang yang diberikan.
- d. Memberikan informasi kas menjelang jam tutup kas kepada wakil kepala cabang bagian operasional serta membuat mutasi kas pada hari bersangkutan.
- e. Mengelompokkan dan mengklarifikasikan pecahan mata uang tersebut dan mencocokkannya dengan daftar posisi kas yang di buat pada hari yang dilakukannya transaksi.
- f. Membuat berita acara apabila terjadi selisih kas sesuai dengan batas waktu yang di tentukan dan melaporkannya kepada wakil kepala cabang bagian operasional.
- g. Mengembalikan sisa kas ke dalam khasanah setelah jam tutup kas pada hari dilakukannya transaksi.

11. Bagian Pembukuan (*Accounting & Controlling*)

Bagian Pembukuan mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi kepada pimpinan atau transaksi yang termuat yang dibukukan dalam neraca.



- b. Memeriksa, menyusun dan membukukan ke dalam buku jurnal, buku besar, daftar laba/rugi, berita acara harian atas semua transaksi yang terjadi.

12. Bagian Pembinaan Nasabah (*Collection & Workout*)

Bagian pembinaan mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan kunjungan terhadap calon dan atau debitur serta pihak lainnya, dalam rangka :
 - 1) Observasi usaha masyarakat yang produktif/potensial untuk dikembangkan dan atau dalam rangka menghimpun dana.
 - 2) Observasi/survey atas kondisi usaha, jaminan kredit dan pengumpulan informasi/data-data sehubungan dengan calon debitur.
 - 3) Melakukan monitor dan pembinaan terhadap usaha debitur, penagihan atas tunggakan pembiayaan serta mempelajari kendala-kendala yang dihadapi dan mengupayakan solusi dalam setiap masalah yang ada dilapangan.
- b. Melakukan kegiatan wawancara dalam rangka pengumpulan data/informasi langsung dari calon debitur serta mempelajari, meneliti dan menganalisa permohonan akad pembiayaan , kondisi keuangan usaha dan keabsahan surat-surat yang dilampirkan.

- c. Membuat memorandum / proposal kredit yang dicairkan serta membacakan keputusan akad pembiayaan berikut penjelasan pasal-pasal yang di muat dalam perjanjian hutang dan lampiran-lampirannya terhadap calon debitur.
- d. Membuat dan menyampaikan laporan secara periodik kepada direktur atas permohonan dan realisasi kredit, hasil penagihan tunggakan kredit, penyelesaian kredit-kredit bermasalah dan hasil penghimpunan tabungan / deposito berjangka.



BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Responden

Identitas responden adalah identitas atau keterangan yang didapat dari responden yaitu data kuisisioner, dan disebarakan oleh peneliti. Identitas responden ini berisikan jenis kelamin, umur dan pekerjaan nasabah pada KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru. Untuk mengetahui lebih rinci mengenai identitas responden nasabah pada KPR Bank BTN Syariah ini dapat dilihat pada keterangan berikut ini :

1. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin pada identitas responden pada KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru terdiri dari jenis kelamin yaitu Pria dan Wanita. Untuk lebih mendetail akan dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel V.1: Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	26	65%
2.	Wanita	14	35%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Tabel V.1 dapat disimpulkan bahwasanya terdapat 26 laki-laki dengan persentase 65% dan wanita 14 dengan persentase 35%. Maka dapat dikatakan bahwa jenis kelamin responden berada titik yang berbed yakni 65% pria dan 35% wanita.

2. Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur atau usia juga mempengaruhi seseorang untuk melakukan aktifitas termasuk memberikan jawaban pada kuesioner. Diketahui pada KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru nasabah rata-rata yang mengunjungi ialah pada tabel dibawah berikut:

Tabel V.2 Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	26-35	31	77,5%
2.	36-50	9	22,5%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Pada tabel V.2 terdapat 4 golongan usia yaitu 26-35 tahun, dan 36-50 tahun. Pada usia 26-35 terdapat 31 orang jika dipersentasekan terdapat 77,5% dari 40 responden yang mengisi kuesioner dan 36-50 tahun keatas terdapat 9 orang dengan persentase 22,5%. Dengan data tersebut dapat dilihat bahwa nasabah KPR BTN Syariah Pekanbaru didominasi oleh usia muda.

3. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

B. Hasil Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bank BTN Pekanbaru (Studi Kasus Pada Nasabah KPR)

Konsep dari kualitas pelayanan pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan kepercayaan dari nasabah agar produk yang dibeli atau ditawarkan merupakan kualitas yang terbaik. Terciptanya kualitas yang baik bisa memberikan manfaat terhadap

perusahaan maupun nasabah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah sehingga lebih banyak nasabah yang akan menggunakan produk KPR dan sebagai ajang promosi sebagai perusahaan yang menyediakan produk KPR.

Garperz (dalam Nasution, 2005; 216) menyebutkan 5 indikator pelayanan yang lebih sering menjadi pedoman yaitu *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*.

1. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai indikator Kualitas Pelayanan

1.1 Fisik (*Tangible*)

Tabel V.3: Hasil jawaban responden mengenai Fisik (*Tangible*)

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Ruang Tunggu	7	21	11	1	-	40
		17,5%	52,5%	27,5%	2,5%	-	100%
2	Parkiran	9	20	11	-	-	40
		22,5%	50%	27,5%	-	-	100%
Jumlah		16	41	22	1		200
Persentase							100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Fisik (*Tangible*) pada tabel V.3 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator ruang tunggu Bank BTN pada produk KPR, sebesar 7 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 21 orang responden menjawab baik bahwa fasilitas pada ruang tunggu terdapat sofa dan pendingin ruangan yang memberikan kenyamanan pada nasabah, pada penilaian cukup baik terdapat 11 responden yang memilih bahwa belum dapat memuaskan nasabah

dengan fasilitas yang sudah ada pada ruang tunggu menurut nasabah dan 1 responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator ruang tunggu.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Fisik (*Tangible*) pada tabel V.3 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator parkir Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 20 orang responden menjawab baik bahwa parkir luas dan memberikan kesan aman karena ada satpam yang menjaganya dan pada penilaian cukup baik terdapat 11 responden yang memilih dan terdapat 1 orang responden yang memberikan jawaban kurang baik bahwa keamanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan nasabah seperti tidak ada jaminan untuk kendaraan jika terjadi kehilangan untuk sub-indikator parkir.

Kesimpulan dari hasil yang didapat dari indikator fisik (*tangible*) menunjukkan bahwa Bank BTN KPR Syariah di Pekanbaru sudah berjalan dengan baik dengan rata-rata 116 nasabah yang menjadi responden memberikan penilaian Baik. Maka fisik (*tangible*) yang terdiri dari ruang tunggu dan parkir mencapai pada rata-rata kategori penilaian yang BAIK.

Dari hasil observasi peneliti menemukan sub-indikator dari indikator Fisik (*Tangible*) bahwa ruang tunggu pada bank sudah sesuai kebutuhan pelayanan yang memiliki standar yang bagus dan dapat memberikan kenyamanan untuk nasabah kemudian pada parkir yang disediakan sudah luas dan dapat menampung hampir seluruh kendaraan nasabah dengan keamanan parkir yang diawasi oleh petugas

keamanan dari pihak bank maka dapat dikatakan bahwa perusahaan memberikan kenyamanan dan keamanan yang sangat berarti untuk para nasabah.

Hasil ini sejalan dengan teori Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009: 313) mengemukakan “Secara umum bukti fisik jasa meliputi semua aspek fasilitas fisik organisasi dan juga bentuk komunikasi yang berwujud”

1.2 Empati (*Empathy*)

Tabel V. 4: Hasil jawaban responden mengenai Empati (*Empathy*)

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Mendahulukan kepentingan nasabah	9	21	10	-	-	40
		22,5%	52,5%	25%	-	-	100%
2	Melayani dengan sikap ramah	9	24	7	-	-	40
		22,5%	60%	17,5%	-	-	100%
3	Melayani dengan sopan dan santun	9	25	6	-	-	40
		22,5%	62,5%	15%	-	-	100%
4	Pelayanan yang tidak deskriminatif	5	20	15	-	-	40
		12,5%	50%	37,5			100%
5	Melayani dan menghargai setiap nasabah	9	17	14	-	-	40
		22,5%	42,5%	35,5%			100%
Jumlah		41	107	52	-	-	200
Persentase							100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Empati (*Empathy*) pada tabel V.4 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator mendahulukan kepentingan nasabah dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 21 orang responden menjawab baik bahwa pelayanan memprioritaskan nasabah dengan sesuai nomor antrian, pada penilaian cukup baik terdapat 10 responden dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator mendahulukan kepentingan nasabah.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Empati (*Empathy*) pada tabel V.4 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator melayani dengan sikap ramah dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 24 orang responden menjawab baik bahwa nasabah dilayani dengan sikap yang ramah dan murah senyum, pada penilaian cukup baik terdapat 7 responden yang memilih bahwa masih terdapat beberapa karyawan tak acuh dan tidak senyum dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator melayani dengan sikap ramah.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Empati (*Empathy*) pada tabel V.4 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator melayani dengan sopan dan santun dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 25 orang responden menjawab baik bahwa nasabah dilayani sesuai prosedur dengan memberikan arahan dan pengetahuan bagaimana pengurusan sesuai masalah yang ingin diproses oleh nasabah, pada penilaian cukup baik terdapat 6

responden yang memilih bahwa masih terdapat ketidakpuasan nasabah dari beberapa tindakan karyawan dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator melayani dengan sopan dan santun.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Empati (*Empathy*) pada tabel V.4 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator pelayanan yang tidak deskriminatif dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 5 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 20 orang responden menjawab baik bahwa pelayanan pada nasabah tidak dibeda-bedakan dan memberi kesan bahwa jenis apapun pengurusan yang dilakukan sama pentingnya, kemudian pada penilaian cukup baik terdapat 15 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator Pelayanan yang tidak deskriminatif.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Empati (*Empathy*) pada tabel V.4 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator melayani dan menghargai setiap nasabah dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 17 orang responden menjawab baik bahwa nasabah dihargai dengan selalu menanyakan permasalahan apa yang ingin diproses dan bagaimana proses yang akan dijalani , pada penilaian cukup baik terdapat 14 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator melayani dan menghargai setiap nasabah.

Kesimpulan dari hasil yang didapat dari indikator empati (*empathy*) menunjukkan bahwa Bank BTN KPR Syariah di Pekanbaru sudah berjalan dengan baik

dengan rata-rata 107 nasabah yang menjadi responden memberikan penilaian Baik. Maka empati (*empathy*) yang terdiri dari mendahulukan kepentingan nasabah, melayani dengan ramah, melayani dengan sopan santun, pelayanan yang tidak deskriminatif dan menghargai setiap nasabah, mencapai pada rata-rata kategori penilaian yang BAIK.

Dari hasil observasi peneliti menemukan sub-indikator dari indikator Empati (*Empathy*) bahwa kepentingan nasabah sangat dihargai dengan memberikan kemudahan dalam pengurusan untuk proses-proses kepentingan produk, pihak perusahaan juga memiliki sikap ramah sehingga nasabah saat melakukan proses kegiatan merasa ditanggapi dengan baik. Nomor antrian sebagai bentuk empati berjalan dengan benar sesuai aturan yang ditentukan sehingga nasabah tidak merasa ada yang dirugikan.

Hasil ini sejalan dengan teori Goleman (dalam Nugraha dkk, 2017: 31) mengemukakan empati sebagai kemampuan seseorang untuk memahami perasaan dan permasalahan orang lain, untuk berpikir dari sudut pandang orang lain, dan untuk menghargai perbedaan pandangan orang lain mengenai berbagai hal.

1.3 Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel V. 5: Hasil jawaban responden mengenai Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Menanggapi keluhan nasabah	5	21	13	1	-	40
		12,5%	52,5%	32,5%	2,5%	-	100%

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
2	Pelayanan yang cepat	4	23	13	-	-	40
		10%	57,5	32,5	-	-	100%
3	Pelayanan yang tepat	5	25	10	-	-	40
		12,5	62,5	25%	-	-	100%
4	Pelayanan yang cermat	9	19	12	-	-	40
		22,5%	47,5%	30%	-	-	100%
5	Pelayanan yang tepat waktu	4	16	19	1	-	40
		10%	40%	47,5%	2,5%	-	100%
Jumlah		27	104	67	2	-	200
Persentase							100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Cepat Tanggap (*Responsiveness*) pada tabel V.5 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator menanggapi keluhan nasabah dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 5 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 21 orang responden menjawab baik bahwa nasabah selalu ditanggapi dengan oleh pihak perusahaan setiap permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian pada penilaian cukup baik terdapat 13 responden yang memilih dan terdapat 1 orang responden yang memberikan jawaban kurang baik bahwa masih terdapat beberapa nasabah direspon tak acuh untuk sub-indikator menanggapi keluhan nasabah.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Cepat Tanggap (*Responsiveness*) pada tabel V.5 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator pelayanan yang cepat dari

nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 4 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 23 orang responden menjawab baik bahwa pelayanan yang diberikan sangat cepat dan efisien, pada penilaian cukup baik terdapat 13 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator pelayanan yang cepat.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Cepat Tanggap (*Responsiveness*) pada tabel V.5 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator pelayanan yang tepat dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 5 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 25 orang responden menjawab baik bahwa nasabah tidak dioper-oper kesana kemari dalam kepengurusan surat-surat produk KPR oleh bank, pada penilaian cukup baik terdapat 10 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator pelayanan yang tepat.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Cepat Tanggap (*Responsiveness*) pada tabel V.5 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator pelayanan yang cermat dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 19 orang responden menjawab baik bahwa pihak bank membantu memecahkan permasalahan keluhan yang dihadapi dengan cermat sehingga nasabah memiliki tanggapan bahwa karyawan pada bank memiliki pengetahuan dalam kepengurusan masalah yang dihadapi nasabah, pada penilaian cukup baik terdapat 12

responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator pelayanan yang cermat.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Cepat Tanggap (*Responsiveness*) pada tabel V.5 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator pelayanan yang tepat waktu dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 4 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 16 orang responden menjawab baik, pada penilaian cukup baik terdapat 19 responden yang memilih bahwa proses yang dijalani tidak terkesan membuang-buang waktu dan terdapat 1 orang responden yang memberikan jawaban kurang baik bahwa masih terdapat kesan yang membuang waktu untuk sub-indikator pelayanan yang tepat waktu.

Kesimpulan dari hasil yang didapat dari indikator cepat tanggap (*responsiveness*) menunjukkan bahwa Bank BTN KPR Syariah di Pekanbaru sudah berjalan dengan baik dengan rata-rata 104 nasabah yang menjadi responden memberikan penilaian Baik. Maka cepat tanggap (*Responsiveness*) yang terdiri dari menanggapi keluhan nasabah, pelayanan yang cepat, pelayanan yang tepat, pelayanan yang cermat dan pelayanan yang tepat waktu mencapai pada rata-rata kategori penilaian yang BAIK.

Dari hasil observasi peneliti menemukan sub-indikator dari indikator Cepat Tanggap (*Responsiveness*) bahwa menanggapi keluhan nasabah sudah sangat baik dan cepat namun masih ada beberapa dari nasabah yang memberikan tanggapan negatif dikarenakan penyelesaian masih dianggap terlalu lama, namun pelayanan yang cepat

dan juga tepat juga berjalan dengan lancar tanpa ada respon negatif dari nasabah. Kemampuan dalam penanganan sangat cermat dan efisien dengan prosedur yang ditentukan oleh perusahaan dan tidak berkesan membuang-buang waktu dari nasabah yang mengurus KPR.

Hasil ini sejalan dengan teori Tjiptono (2017) mengemukakan cepat tanggap kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

1.4 Keandalan (*Reliability*)

Tabel V. 6: Hasil jawaban responden mengenai Keandalan (*Reliability*)

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Kecermatan dalam penanganan	9	27	4	-	-	40
		22,5%	67,5%	10%	-	-	100%
2	Standar pelayanan jelas keahliannya	8	21	11	-	-	40
		20%	52,5%	27,5%	-	-	100%
Jumlah		17	48	15	-	-	80
Persentase							100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Keandalan (*Reliability*) pada tabel V.6 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator kecermatan dalam penanganan dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 9 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 27 orang responden menjawab baik bahwa karyawan yang

bertugas memiliki pengetahuan atas masalah yang sedang dihadapi nasabah, pada penilaian cukup baik terdapat 4 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator kecermatan dalam penanganan.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Keandalan (*Realibility*) pada tabel V.6 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator standar pelayanan jelas keahliannya dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 8 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 21 orang responden menjawab baik bahwa petugas bank memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, kemampuan mengatasi keluhan, kemampuan dalam menghadapi kritikan dari nasabah dan pengetahuan, pada penilaian cukup baik terdapat 11 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator standar pelayanan jelas keahliannya.

Kesimpulan dari hasil yang didapat dari indikator keandalan (*realibility*) menunjukkan bahwa Bank BTN KPR Syariah di Pekanbaru sudah berjalan dengan baik dengan rata-rata 48 nasabah yang menjadi responden memberikan penilaian Baik. Maka keandalan (*realibility*) yang terdiri dari kecermatan dalam penanganan dan standar pelayanan jelas keahliannya mencapai pada rata-rata kategori penilaian yang BAIK.

Dari hasil observasi peneliti menemukan sub-indikator dari indikator Keandalan (*Realibility*) bahwa kecermatan dalam penanganan sudah dapat dikatakan

pada penilaian yang baik dikarenakan penanganan diselesaikan dengan cepat dan sesuai prosedur yang sudah ditentukan perusahaan selain itu kemampuan dari setiap pekerja mengetahui bagaimana penyelesaian yang harus dilakukan dan proses apa saja yang harus nasabah lakukan untuk penanganan sesuai dengan keluhan atau produk yang akan dijalankan.

Hasil ini sejalan dengan teori Supriyanto dan Ernawaty (2010;2447) mengemukakan keandalan terdiri atas kemampuan pemberi layanan untuk memberikan pelayanan yang diharapkan secara akurat sesuai dengan yang sudah dijanjikan.

1.5 Jaminan (*Assurance*)

Tabel V. 7: Hasil jawaban responden mengenai Jaminan (*Assurance*)

No	Item	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Jaminan pada produk	8	18	14	-	-	40
		20%	45%	35	-	-	100%
2	Jaminan biaya dalam pelayanan	5	19	15	1	-	40
		12,5%	47,5%	37,5%	-	-	100%
3	Jaminan kepastian biaya	5	21	13	1	-	40
		12,5%	52,5%	32,5%	2,5%	-	100%
Jumlah		18	58	42	2		120
Persentase							100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Jaminan (*Assurance*) pada tabel V.7 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator jaminan pada produk dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 8 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 18 orang responden menjawab baik bahwa bank memberikan jaminan kepada setiap produk yang tersedia seperti yang dijanjikan, pada penilaian cukup baik terdapat 14 responden yang memilih dan tidak terdapat responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator jaminan pada produk.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Jaminan (*Assurance*) pada tabel V.7 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator jaminan biaya dalam pelayanan dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 5 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 19 orang responden menjawab baik bahwa bank akan menjamin pelayanan yang diberikan akan sesuai prosedur dan pelatihan yang sudah diberikan kepada pegawai bank, pada penilaian cukup baik terdapat 15 responden yang memilih dan terdapat 1 orang responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator jaminan biaya dalam pelayanan.

Berdasarkan jawaban dari responden tentang Jaminan (*Assurance*) pada tabel V.7 tersebut, yang didapatkan dari sub-indikator jaminan kepastian biaya dari nasabah Bank BTN pada produk KPR, sebesar 5 responden menjawab sangat baik kemudian pada sebanyak 21 orang responden menjawab baik bahwa seluruh pembiayaan tidak akan berubah-ubah seiring waktu kredit berjalan kecuali ada perubahan aturan pada perusahaan dan itu akan diberikan informasinya jauh-jauh hari, pada penilaian cukup

baik terdapat 13 responden yang memilih dan terdapat 1 orang responden yang memberikan jawaban kurang baik untuk sub-indikator jaminan kepastian biaya.

Kesimpulan dari hasil yang didapat dari indikator jaminan (*assurance*) menunjukkan bahwa Bank BTN KPR Syariah di Pekanbaru sudah berjalan dengan baik dengan rata-rata 48 nasabah yang menjadi responden memberikan penilaian Baik. Maka jaminan (*assurance*) yang terdiri dari jaminan pada produk, jaminan dalam pelayanan dan jaminan kepastian biaya mencapai pada rata-rata kategori penilaian yang BAIK.

Dari hasil observasi peneliti menemukan sub-indikator dari indikator Jaminan (*Assurance*) bahwa pihak perusahaan memberikan jaminan dari produk yang sesuai dengan kebutuhan. Perusahaan memberikan jaminan bahwa pengurusan produk KPR akan mudah diterima jika nasabah tidak bermasalah pada penunggakan kredit ataupun *blacklist* dari bank Indonesia.

Hasil ini sejalan dengan teori Tjiptono (2014;282) mengemukakan jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercayayang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

2. Hasil rekapitalasi dari variabel Kualitas Pelayanan pada produk KPR Bank BTN Syariah di Pekanbaru

Tabel V.8: Hasil variabel jawaban responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan

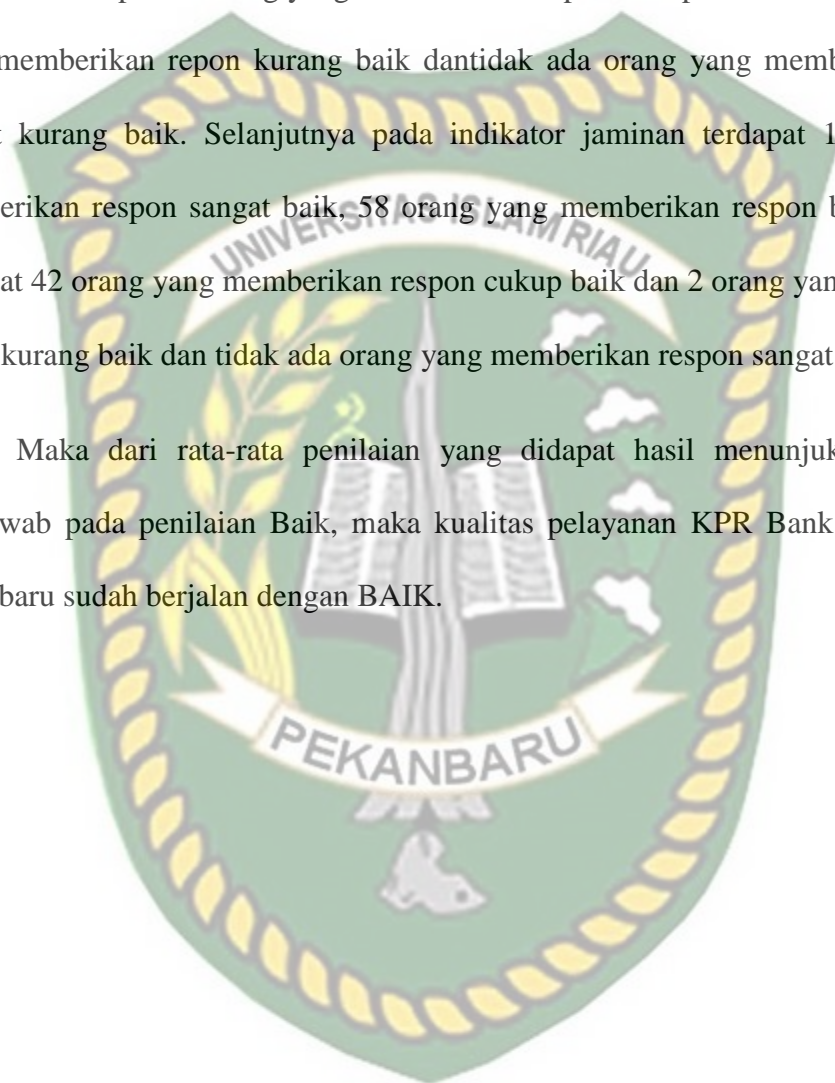
No	Indikator	SB	B	CB	KB	SKB	Jumlah
1	Fisik	16	41	22	1	-	80
2	Empati	41	107	52	-	-	200
3	Cepat Tanggap	27	104	67	2	-	200
4	Keandalan	17	48	15	-	-	80
5	Jaminan	18	58	42	2	-	120
Jumlah		119	358	198	5	-	680
Persentase		17,5%	52,6%	29%	0,9%	-	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel V.8 dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai Kualitas Pelayanan pada indikator fisik terdapat 16 orang yang memberikan respon sangat baik, 41 orang yang memberikan respon baik kemudian terdapat 22 orang yang memberikan respon cukup baik dan 1 orang yang memberikan respon kurang baik dan tidak ada orang yang memberikan respon sangat kurang baik. Selanjutnya pada indikator empati terdapat 41 orang yang memberikan respon sangat baik, 107 orang yang memberikan respon baik kemudian terdapat 52 orang yang memberikan respon cukup baik dan tidak terdapat orang yang memberikan respon kurang baik dan tidak ada orang yang memberikan respon sangat kurang baik. Selanjutnya pada indikator cepat tanggap terdapat 27 orang yang memberikan respon sangat baik, 104 orang yang memberikan respon baik kemudian terdapat 67 orang yang memberikan respon cukup baik dan 2 orang yang memberikan respon kurang baik dan tidak ada orang yang

memberikan respon sangat kurang baik. Selanjutnya pada indikator keandalan terdapat 17 orang yang memberikan respon sangat baik, 48 orang yang memberikan respon baik kemudian terdapat 15 orang yang memberikan respon cukup baik dan tidak ada orang yang memberikan respon kurang baik dan tidak ada orang yang memberikan respon sangat kurang baik. Selanjutnya pada indikator jaminan terdapat 18 orang yang memberikan respon sangat baik, 58 orang yang memberikan respon baik kemudian terdapat 42 orang yang memberikan respon cukup baik dan 2 orang yang memberikan respon kurang baik dan tidak ada orang yang memberikan respon sangat kurang baik.

Maka dari rata-rata penilaian yang didapat hasil menunjukkan responden menjawab pada penilaian Baik, maka kualitas pelayanan KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru sudah berjalan dengan BAIK.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan mengenai kualitas pelayanan ada KPR Bank BTN Syariah Pekanbaru, maka dalam bab ini kan ditemukan beberapa kesimpulan dan saran tentang penelitian yang sudah dilaksanakan sehingga nantinya mampu dimanfaatkan oleh pihak terkait kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dianalisa pada Bank BTN ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari fisik, empati, cepat tanggap, kehandalan dan jaminan sudah berjalan dengan baik. Fisik yang terdapat pada bank BTN mampu memberikan nasabah kenyamanan dan keamanan melalui fasilitas yang sudah ada dan parkir yang sesuai kebutuhan nasabah. Empati terhadap nasabah mampu memberikan kepuasan pada nasabah sehingga nasabah merasakan kepedulian pihak bank terhadap nasabah. Ketanggapan dari pihak bank mampu menarik perhatian nasabah ataupun calon nasabah untuk tetap menggunakan produk dari bank BTN. Kehandalan dan Jaminan pada bank BTN juga berjalan sesuai harapan nasabah dengan memberikan kualitas yang terbaik dengan pengetahuan dan jaminan yang mampu memberikan kepercayaan dari nasabah untuk bank BTN.

B. Saran

1. Bank BTN KPR Syariah Pekanbaru hendaknya lebih memperhatikan penanganan cepat tanggap dikarenakan masih terdapat kelemahan dalam penyelesaian nasabah yang bermasalah pada proses pengurusan membutuhkan waktu yang terlalu lama.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat kasus dan objek yang sama diharapkan dapat melengkapi keterbatasan dan kekurangan penelitian ini dengan melihat faktor kinerja karyawan, loyalitas, maupun kepuasan dari nasabah.

